

# KULTURA, PSYCHOLOGIE A ČLOVĚK

УДК 363.3

## ПОТЕНЦИАЛ СМИ В ПРАКТИКЕ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ДИСТАНЦИИ

**Н. С. Гаджигасанова**  
**И. М. Дудина**

*Кандидат социологических наук, доцент  
кандидат социологических наук, доцент  
Ярославский государственный университет  
им. П. Г. Демидова, г. Ярославль, Россия*

## MEDIA POTENTIAL IN THE PRACTICE OF THE FORMATION OF SOCIAL DISTANCE

**N. S. Gadzhiganova**  
**I. M. Dudina**

*Candidate of Sociological Sciences  
assistant professor  
candidate of Sociological Sciences  
assistant professor  
Yaroslavl State University named  
after P.G. Demidov, Yaroslavl, Russia*

*Работа выполнена при поддержке Гранта Президента РФ МК-1080.2014.6*

---

**Abstract.** The article provides an overview of the theoretical concepts on the interaction of ethno-social groups. Based on a critical review of methodological concepts, the author notes that all approaches interaction in the ethnic aspect is seen as at odds with the difficulties caused by the mismatch of interaction patterns. Also, the author realized the task of analyzing the media capabilities (using the method of content analysis) in practice, the formation of social distance. Sociological data, characterizing the presentation inhabitants of the regions on the impact of social institutions on the destabilization of international relations are given.

**Keywords:** inter-ethnic interaction; party; differentiation; social distance; media; national relations.

---

В современных условиях вопросы межэтнических взаимодействий приобретают особую значимость в области социально-гуманитарного знания. Дело в том, что сегодня процессы внутриэтнической консолидации определяют динамику социальной жизни как моно-, так и полиэтнических регионов, что может находить отражение в требованиях национально-территориальной и культурной независимости, в актуализации этно-культурного самосознания населения, а также ярко выражается в трансформации численности этнических групп, уменьшении количества межэтнических брачных союзов, и кардинальном преобразовании характера межэтнического взаимодействия.

Межэтническое взаимодействие – это социальное взаимодействие, субъекты которого относятся к разным этническим группам. Между тем, обязательными компонентами доминирующего числа определений социального взаимодействия являются; деятели (агенты, акторы); а также действия, которые подразделяются на ответные реакции и ожидания. Наличествующие методологические концепции располагают возможностью интерпретировать отдельные стороны взаимодействия, в котором одни направления обладают большим эвристическим потенциалом на микроуровне, другие на макроуровне, но не существует методологического направления, которое можно было бы назвать



универсальным. В частности, З. В. Сикевич, размышляя о влиянии этнического фактора на социальные процессы на современном этапе, указывает, что в межэтническом взаимодействии народов России проявляется сложная система реальных этнополитических неравенств [7].

В целом, на сегодняшний день в рамках социологической науки отсутствует целостная теория социального взаимодействия. В этой связи, целью данной работы выступил критический анализ положений ряда теоретических концепций об особенностях, характере и направленности межэтнического взаимодействия.

В контексте теории социального обмена, где одним из основных допущений выступает тезис о том, что исходной предпосылкой эффективного социального взаимодействия являются цена и выгода, при анализе интеракции необходимо учитывать: чтобы участники обмена выразили желание к его повторению, обмен должен быть взаимопользным. В этой связи фундаментом повторяющегося взаимодействия в рамках данной концепции считается равноценность обмена. Во-вторых, в теории социального обмена выгода интерпретируется как *субъективно* понимаемая полезность. Тем самым, один и тот же объект разными людьми может оцениваться как выигрышный либо бесполезный (менее полезный). О социальных вознаграждениях: похвале, престиже, статусе и т. д. можно высказываться в аналогичных категориях. Допуская, что люди, прошедшие первичную социализацию в различных культурных условиях, неодинаково определяют ценность объектов, мы приходим к заключению: чрезвычайно маловероятно, что участники межэтнического взаимодействия однозначно будут рассматривать равноценность обменной сделки.

Вследствие того, что взаимодействие на макроуровне преимущественно трактуется в его политико-экономическом аспекте, то в таком обмене всеобщим эквивалентом можно признать деньги. На микроуровне критерий равноценности от-

сутствует. С целью гармоничного взаимодействия его участники должны иметь близкие взгляды на формы и объем поощрения за осуществление соответствующих действий. Предполагается, что, для объема поощрения имеется ограниченная возможность формирования равнозначности, чего нельзя сказать о конфигурациях вознаграждения, имеющих культурное своеобразие. В целом, несмотря на господствующее мнение, что главное достоинство теории обмена – это анализ на микроуровне, довольно специфичным выступает тот факт, что в рамках этносоциологической науки теория обмена используется в том или ином виде именно на макроуровне.

В данном контексте в построении образа социального мира особая значимость принадлежит средствам массовой информации, так как печать, радио, телевидение, Интернет дают возможность не только передавать большие объемы информации колоссальным по численности аудиториям, на массы, но и устанавливать связи между народами и культурами, служить средством формирования у них не только целостного представления о мире, но и конструировать между представителями разных этнических групп социальную дистанцию. В этой связи, стоит признать, что в современных условиях СМИ представляют собой не только действенный общественно-политический механизм, но и важный бизнес-инструмент, когда этничность, наряду с криминалом, финансами, светской жизнью, используется нередко в качестве одной из горячих тем (об этом пишут российские специалисты Малькова В. К., Дзялошинский И. М. [2; 4]). Мы разделяем точку зрения Мальковой В. К. о том, что деятельность СМИ представляет собой целенаправленное влияние на массовое сознание жителей огромной страны, на этносоциальные и этнокультурные представления и установки миллионов людей [5]. Вследствие этого, этническая информация, передаваемая через современные российские СМИ в массовое сознание, может, как объеди-



нять, так и способствовать разделению полиэтничного населения.

Для проведения исследования (контент-анализа) была выбрана российская деловая ежедневная газета «Известия», выпускаемая как в печатном, так и в электронном виде. Печатное издание, а именно газета, была выбрана объектом исследования в силу ряда преимуществ: охват общественных групп с самыми разными уровнями доходов; возможность повторного обращения к материалу; возможность визуализации информации (фотографии, рисунки, заголовки). Так, аудитория одного номера (усредненное количество читателей) издания «Известия» за период с июля 2013 г. по июнь 2014 г. составила от 219,8 до 300,0 тысяч человек по стране в целом [1]. При этом, 33% читателей газеты – руководители, предприниматели и специалисты, 42% – люди в возрасте от 35 до 54 лет, тогда как 25% – люди в возрасте от 16 до 34 лет. Более 1/3 трети читателей «Известий» имеют высшее образование (38%); более 2/3 аудитории – представители среднего класса (73%), из которых 32% имеют средний доход, а 42% принадлежат к категории «обеспеченные» и «высокообеспеченные». В числе подписчиков издания – не только ведущие компании и предприятия России, но и государственные структуры – администрация Президента, Госдума, Совет Федерации, практически все федеральные министерства, администрации регионов РФ [3]. Вместе с тем, газета «Известия» в июле 2013 г. с индексом цитируемости – 7 953,28 впервые вышла на первое место в рейтинге цитируемости печатных СМИ, составляемого компанией «Медиадиагностика» [6]. Таким образом, данные по читательской аудитории издания «Известия» свидетельствуют: как о общероссийской значимости печатного издания, так и о широте охвата аудитории, в которой немалую долю составляют люди, занимающие ответственные посты и принимающие важные решения.

В указанном издании было проанализировано 106 публикаций, которые со-

держали ключевую фразу «(меж)национальные отношения». Исследованию подверглись статьи, вышедшие в период с июля 2013 г. по июнь 2014 г., что обусловлено произошедшими за это время конфликтами в июле 2013 г. на Матвеевском рынке (г. Москва), октябрьскими событиями 2013 г. в районе Бирюлево (г. Москва), получившие общественный резонанс и освещение в подавляющем большинстве российских СМИ. Интенсивность публикаций на межэтническую тему в течение года характеризуется относительной стабильностью – в среднем 5,6 % публикаций (5–6 статей), однако значительное увеличение объема публикаций отрицательного содержания (в 3 раза, по 17–20 статей – в месяц, всего 51 статей; 45,9 %) зафиксировано в последнем квартале 2013 г. (октябрь–декабрь), что обусловлено указанными выше конфликтными ситуациями.

В целом, рассмотрение характера информационных сообщений по изучаемой проблеме позволило выявить: более 1/3 публикаций носили нейтральный характер (40,5 %), тогда как 38,7 % статей являются отрицательными по своему содержанию. Публикации отрицательной направленности объясняют конфликтные ситуации (события в Бирюлево, Арзамасе, Пугачёве) симбиозом коррупции чиновников, правоохранительных органов и нелегальной миграции, признают наличие на местном уровне непрозрачной и не избираемой местной власти, а также содержат формулировку «ужесточить законодательство / ответственность / наказание / контроль / меры» в 19,8 % (22) материалах. Информационные сообщения положительного характера составили лишь 17,1 % и отражают обсуждаемые на государственном уровне инициативы, направленные на профилактические меры (в том числе и в молодежной среде) – например, статьи «В детских садах появятся книжки про мигрантов» (16 ноября 2013 г.); «Мэрию просят возродить молодежный интернационал» (18 февраля 2014 г.); «На



Байкале предлагают построить детский лагерь «Артек-2» (20 мая 2014 г.) и др.

Все информационные поводы публикации статей с межэтнической тематикой были объединены в следующие группы:

- инициативы в сфере национальной политики, направленные на усиление ответственности институциональных структур, ужесточение законодательства с целью предотвращения межнациональной вражды и розни (например «за призывы к разделению России») – 24,3 % (от общего числа публикуемых материалов на этническую тематику);
- меры, реализуемые в сфере национальных отношений на региональном уровне, в т. ч. отражающие политические события в субъектах РФ, местные обычаи, конфликты – 17,1 %;
- миграционная ситуация в России; предложения по ужесточению миграционного законодательства и расширению санкций в отношении нелегальных мигрантов; повышению ответственности работодателей, снижению потока низкоквалифицированной рабочей силы (12,6 %);
- события на Украине и ситуация в Крыму (9,9 %);
- содержание деятельности общественных организаций (в т. ч. Общероссийского Народного Фронта и Общественной Палаты РФ), национально-культурных автономий (6,3 %);
- инициативы и рекомендации по укреплению межнационального согласия и позитивного межэтнического взаимодействия (6,3 %);
- культурная и образовательная политика РФ в контексте межэтнической проблематики (5,4 %);
- материалы о необходимости усиления ответственности, контроля за работой СМИ (в т. ч. интернет-площадок) – 4,5 %;
- деятельность правоохранительных органов, Следственного комитета в сфере межнациональных отношений (2,7 %);
- о национальной идее в стране, описание объединяющих событий общерос-

сийского уровня и тема патриотизма (2,7 %);

- материалы о политике других стран, влияющих на отношение российских народов к ним (международный уровень) – 2,7 %, как например, «В кино-театрах Грузии могут перестать показывать фильмы на русском», (27 февраля 2014);
- статьи о проблеме терроризма (на фоне трагедии в Волгограде), усилении мер по безопасности, а также о проявлениях экстремизма составили 5,4 % («Генпрокурора просят проверить интервью Милонова на экстремизм» (27 марта 2014), «Путин призвал не путать оппозицию с экстремистами» (7 апреля 2014).

Содержание данных публикаций выполнено в русле предложений и рекомендаций по ужесточению борьбы с этими явлениями на разных институциональных уровнях: «Оскорбление патриотических чувств хотят приравнять к экстремизму» (1 ноября 2013 г.), «Из закона об экстремизме уберут абстрактные формулировки» (22 января 2014). Наряду с этим, в публикациях позиционируется наличие трудностей в сфере правоприменительной практики статьи за экстремизм в условиях российской действительности («Правительство отклонило законопроект против реабилитации нацизма», 6 ноября 2013), что в определенной степени может вызвать у читательской аудитории недоверие к эффективной реализации полномочий российских политических и правовых институтов в сфере профилактики экстремизма.

Для дальнейшего проведения анализа мы воспользовались методом контент-анализа с привлечением специализированного программного продукта (модуль системы «ВААЛ»), предназначенный для эмоционально-лексического и словарного анализа). Количественный контент-мониторинг в контексте категории «межнациональный» был осуществлен посредством предварительного определения нескольких смысловых категорий, т.е. единицей анализа выступили категории



«национальная и миграционная политика», «институциональное измерение», «народы», «состояние социума», «свой», «чужой». В силу того, что количественный контент-анализ в первую очередь интересуется частотой появления в тексте определенных переменных, то следующим этапом работы было проведение подсчета удельного веса выделенных категорий в исследуемом тексте:

1. Национальная и миграционная политика (адаптация мигрантов, квота, миграция, мониторинг в национальной сфере, мультикультурализм, государственная межнациональная политика, законодательство, законопроект, гармонизация межнациональных отношений; депортация; построение гражданского общества, профилактикой нелегальной миграции; развитие межнациональной культуры; рассказать о культуре соседей; поддерживать культурные связи; пространство диалога) – 10,8 %;

2. Институциональное измерение (администрация президента, министерство, упоминание различных ведомств (Минрегион, Минкультуры, ФМС), муниципальное образование, президент, премьер, полиция, СМИ, правительство, политика, национально-культурные автономии, диаспора, Совет Федерации, а также упоминание фамилий руководителей различных государственных структур и ведомств) – 8,6 %;

3. Народы (народ, нация, национальность, национальный, а также названия (этнонимы) различных этносов / этнических групп) – 1,8 %;

4. Состояние социума (антигосударственный, благоустройство, взаимопомощь, взяточничество, глобализирующийся, дестабилизация, дружелюбие, межэтническая напряженность, ксенофобия, криминогенный межнациональная рознь, обеспокоенный, самобытность, солидарность) – 8,45 %;

5. Свой (включает слова я, ты, близкий, братский, всеобщий, всероссийский, земляк, местный, мой, народный, наш и др.) – 4,6 %;

6. Чужой (антигосударственный, антироссийский, оппозиционный, чужой, другой, некоренной, противник, приезжий, инородец, иностранец, иммигрант, русофобский) – 4,8 %.

Стоит отметить, что за весь проанализированный период нагрузка на категорию «чужой» незначительно, но превышает удельные веса категории «свой» – 4,8 % и 4,6 % соответственно. Наряду с этим, рассмотрение нагрузки оценочной категории «позитив» (т. е. содержащаяся в текстах материалов позитивно окрашенная лексика включает слова авторитет, доброта, ласковый, привет, шуточно, щедрый и др.) [8] фиксирует удельный вес данной категории на уровне 6,1%, тогда как категория «Негатив» составила 6,6 %, что демонстрирует недостаток позитивной информации в анализируемом печатном СМИ. Наличие позитивной информации (в т. ч. о культурах народов России) способствовала бы улучшению конструирования атмосферы межнациональных отношений. Этническая принадлежность – это то, что различает людей, поэтому с целью усовершенствования межэтнического климата и повышения уровня толерантности в социуме необходимо делать акцент на том, что объединяет представителей разных этнических групп, являющихся гражданами одной страны. Однако в действительности фиксируем: СМИ способны разжигать межгрупповое соперничество, конкуренцию этнических групп, провоцировать межгрупповые обиды в латентной форме, а также воспроизводить стереотипы, используя такие приемы как: *«высказывание гособвинителя..., который выразил сомнения в том, что ... человек по фамилии Фарбер может бесплатно помочь деревне»* (в статье «СПЧ проведет анализ приговора Илье Фарберу», 5 августа 2013), *«...проблема непримиримости наций разрастается...»* («Главы МВД и ФМС отчитаются перед Госдумой за Бирюлево», 23 октября 2013), *«...Москва если еще пока русский город, то через пять лет гарантированно перестанет им быть»* («Отступить в Россию,



оставив Москву Евразии (23 октября 2013), «...права наций никто не отменял, и если нация представлена не отдельным государством, а национальным меньшинством, диаспорой, этнической группировкой, она в любом случае сохраняет и будет сохранять свои особенности... Почему бы не разрешить чеченцам стрелять в воздух на своих свадьбах в Москве? Почему бы не позволить российским ортодоксальным евреям блюсти субботу? И шариатский суд первой инстанции, решения которого будут вполне легитимны, если не последуют жалобы в общегражданский суд?» (Национальный вопрос не решается за счет игнорирования наций, 4 ноября 2013).

Следующий показатель – показатель «аффиляция» (в проанализированных материалах частота на уровне в 1,96 %) – деятельность, направленная на поиск дружеских связей, социальную кооперацию, взаимоподдержку, стремление к взаимопониманию, присоединение к группе. Составляющими мотива аффиляции являются категории «надежда на поддержку» (0,58 %) и «страх отвержения» (0,02 %), которые влияют на успешность деятельности в направлении конструирования позитивных взаимоотношений в социуме.

В числе анализируемых материалов присутствуют и статьи, содержание которых провоцирует усугубление противоречий между странами и народами, в частности, в публикации под названием «В Молдавии выписали первый «штраф за русский» автор сообщает: «Полиция молдавского города Бельцы выписала штраф в размере 400 лей (около 1 тыс. рублей) лидеру местного отделения Лиги русской молодежи Молдавии Виктору Калашиникову...подвергнут административному наказанию за использование плакатов и баннеров с надписями на русском языке во время протестной акции» (31 июля 2013). В статье «Отступить в Россию, оставив Москву Евразии» автор предлагает для размышления читателю проективные ситуации «Визовый режим со среднеазиатскими республиками — прекрасно,

но что тогда делать с военными базами в Киргизии и Таджикистане; закрыть границу для азербайджанцев — отлично, но сумеем ли мы тогда отстоять лояльность режима Алиева по вопросу прохода близких и неблизких нам нефтепроводов по территории Азербайджана...» (23 октября 2013).

К категории «Власть» относятся слова, описывающие установление, поддержание или восстановления своей власти, т. е. своего воздействия, контроля или влияния на группу людей либо мир в целом. В проанализированных публикациях газеты «Известия» нагрузка на данную категорию составила 7,8 % (высокое значение), что можно объяснить как стремлением авторов статей к демонстрации превосходства государственных структур, мобилизации действий политических институтов с целью произвести впечатление на читателей, как например: «Госдума готова законодательно рассмотреть вопрос даже о привлечении армии к решению межнациональных проблем» («Главы МВД и ФМС отчитаются перед Госдумой за Бирюлево», 23 октября 2013), «члены СПЧ обсудят в конце января на специальном заседании по вопросам выдворения, депортации и экстрадиции иностранных граждан из России» («СПЧ выступил против депортации трудовых мигрантов», 14 января 2014).

Рассмотрение нагрузки на категорию «активность», т.е. содержание в текстах публикаций активно окрашенной лексики, фиксирует высокий удельный вес указанной категории – на уровне 18,4 %. Однако данную категорию необходимо сопоставить с показателем нагрузки в текстах на мотивационную категорию «Достижение» понимаемую как нацеленность на конструктивное решение проблем. Поэтому выраженность мотива «достижения» (удельный вес) на уровне государств, руководства организаций, взаимодействий групп людей не только непосредственно влияет на их последующую жизнь, но и определяет интенсивность действий, а также может стать предопределяющим



вектором развития общественных отношений. В проанализированных материалах частота упоминаний мотива «достижение» имеет низкие показатели – за проанализированный период нагрузка составила 2,5 %, который в 7 раз уступает значению категории «активность». Слабая выраженность мотива «достижение» (по сравнению с «активностью») подтверждает постулат о том, что социально-культурные нормы общества ориентируют на важность отсутствия ошибок в процессе какой-либо деятельности, т. е. можно скорее говорить о приверженности авторов публикаций в материалах отразить сохранение сложившегося уклада, размерности в атмосфере межэтнических взаимоотношений, чем стремление отразить что-то действительно кардинально новое в этнонациональных взаимоотношениях, например тиражирование такого общеизвестного тезиса как *«...межэтническое напряжение провоцируют не представители каких-то народов, а люди, лишённые культуры, уважения к традициям — как к своим, так и к чужим...»* («Госдума готова обуздать «аморальный интернационал», 13 декабря 2013).

Таким образом, проанализированные публикации демонстрирует недостаточное использование потенциала печатных СМИ (на примере общероссийской газеты «Известия») с целью укрепления единства российских народов и содержат в себе опасность формирования крайне негативных представлений и установок на этноизоляционизм у читателей в сфере межэтнического взаимодействия.

Так как на современном этапе возможности СМИ в сфере гармонизации межэтнических взаимодействий не реализовываются в полном объеме, мы предлагаем в публикуемых материалах акцентировать внимание на освещении процессов этнокультурного развития народов и регионов, на конструировании толерантных образов этнических групп, отдельных регионов, на распространении интеграционных ценностей и символов в регионах и в

стране в целом, на формах и методах идеологического формирования с помощью СМИ не только этнической, но и общегражданской идентичности, на формах и методах созидательного, мирного взаимодействия этнических групп.

В целях успешной реализации и популяризации мероприятий в сфере укрепления единства российской нации и этнокультурного развития народов, считаем целесообразным учитывать, что необходимо обеспечить не только регулярность, систематичность, непрерывность информационно-пропагандистского процесса, но и соблюдать преемственность воздействия пропаганды (в семье, дошкольных и образовательных заведениях, трудовых/производственных коллективах, в СМИ и т. д.).

Считаем, что усилия, предпринимаемые соответствующими социальными институтами и молодежными, общественными организациями, должны иметь целью не только сохранение значимой доли межнациональных дружеских контактов, но и быть ориентированными на всё большее распространение, популяризацию, укоренение дружеских, позитивных отношений между представителями разных национальностей, что может способствовать как мирному сосуществованию разных этнических групп, так и стремлению к поиску межкультурного сотрудничества и диалога самими участниками интеракции.

Кроме того, необходимы мониторинговые исследования социальной дистанции, установок на межэтнические контакты во всех регионах РФ, направленных на получение материалов для выявления противоречий в межэтническом взаимодействии и предупреждения протестных настроений, межнационального напряжения и ксенофобии, а также вскрывающие интересы и потребности разных этносоциальных групп.

#### Библиографический список

1. Данные по аудитории / Пресса / Измерение аудитории СМИ.: TNS Россия, «National



- Readership Survey», Май-октябрь 2013, сентябрь 2013-февраль 2014, декабрь 2013-апрель 2014, март-июль 2014. URL: <http://www.tns-global.ru/services/media/media-audience/press/information>. (дата обращения 11.10.2014)
2. Дзялошинский И. М. Роль СМИ в формировании образа «Другого» // Международный электронный научно-образовательный журнал «Медиа. Информация. Коммуникация». URL: <http://mic.org.ru/index.php/component/content/article/13-1-mass-media/26-dzyaloshinsky-1> (дата обращения: 18.08.2015).
  3. Известия / Читательская аудитория / Данные рекламного агентства «Брэнд медиа». URL: [http://www.brand-pressa.ru/serv\\_idP\\_53\\_idP1\\_721\\_idP2\\_2070\\_idP3\\_2071.html](http://www.brand-pressa.ru/serv_idP_53_idP1_721_idP2_2070_idP3_2071.html) (дата обращения: 10.10.2014).
  4. Малькова В. К. СМИ и формирование общероссийской гражданской идентичности // Позитивный опыт регулирования этносоциальных и этнокультурных процессов в регионах Российской Федерации: Материалы Всероссийской научно-практической конференции / отв. ред. Г. Ф. Габдрахманова. – Казань : Институт истории им. Ш. Марджани АН РТ, 2014. – С. 83–87.
  5. Малькова В. К. Этничность и толерантность в современных российских СМИ // Этнографическое обозрение. – 2003. – № 10. – С. 135–147.
  6. Рейтинги / Федеральные СМИ – июль 2013 / Медиалогия. URL: [http://www.mlg.ru/ratings/federal\\_media/2603/2013/7](http://www.mlg.ru/ratings/federal_media/2603/2013/7) (дата обращения: 08.10.2014).
  7. Сикевич З. В. Влияние этнического фактора на современное общество и человека // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2011. - Т. 14. – № 2. – С. 49.
  8. Хайруллина Н.Г. Межэтнические отношения в полиэтничном регионе: социологическое измерение // Вестник КГТУ им. А.Н.Туполева. – 2013. - №1. – С. 182-184.

**Bibliograficheskiy spisok**

1. Dannye po auditorii / Pressa / Izmerenie auditorii SMI:: TNS Rossiya, «National Readership Survey», Maj-oktjabr' 2013, sentjabr' 2013-fevral' 2014, dekabr' 2013-aprel' 2014, mart-ijul' 2014. URL: <http://www.tns-global.ru/services/media/media-audience/press/information>. (data obrashhenija 11.10.2014)
2. Dzialoshinskij I. M. Rol' SMI v formirovanii obraza «Drugogo» // Mezhdunarodnyj elektronnyj nauchno-obrazovatel'nyj zhurnal «Media. Informacija. Kommunikacija». URL: <http://mic.org.ru/index.php/component/content/article/13-1-mass-media/26-dzyaloshinsky-1> (data obrashhenija: 18.08.2015).
3. Izvestija / Chitatel'skaja auditorija / Dannye reklamnogo agentstva «Brjend media». URL: [http://www.brand-pressa.ru/serv\\_idP\\_53\\_idP1\\_721\\_idP2\\_2070\\_idP3\\_2071.html](http://www.brand-pressa.ru/serv_idP_53_idP1_721_idP2_2070_idP3_2071.html) (data obrashhenija: 10.10.2014).
4. Mal'kova V. K. SMI i formirovanie obshherossijskoj grazhdanskoj identichnosti // Pozitivnyj opyt regulirovanija jetnosocial'nyh i jetnokul'turnyh processov v regionah Rossijskoj Federacii: Materialy Vserossijskoj nauchno-prakticheskoj konferencii / отв. red. G. F. Gabdrahmanova. – Kazan' : Institut istorii im. Sh. Mardzhani AN RT, 2014. – S. 83–87.
5. Mal'kova V. K. Jetnichnost' i tolerantnost' v sovremennyh rossijskih SMI // Jetnograficheskoe obozrenie. – 2003. – № 10. – S. 135–147.
6. Rejtingi / Federal'nye SMI – ijul' 2013 / Medialogija. URL: [http://www.mlg.ru/ratings/federal\\_media/2603/2013/7](http://www.mlg.ru/ratings/federal_media/2603/2013/7) (data obrashhenija: 08.10.2014).
7. Sikevich Z. V. Vlijanie jetnicheskogo faktora na sovremennoe obshhestvo i cheloveka // Zhurnal sociologii i social'noj antropologii. – 2011. - T. 14. – № 2. – S. 49.
8. Hajrullina N.G. Mezhjetnicheskie otnoshenija v polijetnichnom regione: sociologicheskoe izmerenie // Vestnik KGTU im. A.N.Tupoleva. – 2013. – №1. – S. 182-184.

© Гаджигасанова Н. С., Дудина И. М., 2016